

ОСОБЛИВОСТІ ПРОГНОЗУВАННЯ КОН'ЮНКТУРИ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Семків М.О.

Науковий керівник – Краснокутська Ю.В., ст. викладач

Дослідження кон'юнктури в готельній сфері неможливо без складання прогнозу розвитку готельного ринку, попиту та пропозиції на основі вивчення причинно-наслідкових зв'язків, відповідних тенденцій і закономірностей. Прогноз – найважливіший елемент моніторингу світового ринку готельних послуг. Саме тому одним з головних завдань моніторингу готельного ринку є розробка методів прогнозування його кон'юнктури.

Слід зазначити, що прогноз у перекладі з грецької мови означає «вперед», «впізнання». У широкому розумінні прогноз – науково обгрунтоване судження про можливі стани об'єкта в майбутньому і/або про альтернативні шляхи і строки їх досягнення. Поняття прогнозу необхідно відрізняти від прогнозування.

Прогнозування – це процес формування ймовірних суджень про стан об'єкта в майбутньому. До об'єкта прогнозування відносяться процеси, явища, події, на які спрямована пізнавальна і практична діяльність людини. Прогнозним фоном є сукупність зовнішніх стосовно об'єкта умов, суттєвих для обгрунтованості прогнозу.

Треба усвідомити, що можливість прогнозу базується на пізнанні об'єктивних законів дійсності. Можливості прогнозування соціально-економічних процесів, до яких належать загальногосподарська кон'юнктура і кон'юнктура світового ринку готельних послуг, визначаються, перш за все характером природи причинно-наслідкових зв'язків. Одиначні події не можуть бути предметом прогнозу. Передбачати, прогнозувати можна лише загальні властивості і закономірності процесів, що відображають стійкі причинно-наслідкові зв'язки.

Принципова можливість складання прогнозу економічної кон'юнктури визначається наявністю прямої наступності в часі розвитку економічних явищ. У суспільному явищі завжди є залишки минулого, основи теперішнього і зачатки майбутнього. Завдання прогнозиста саме і полягає у тому, щоб на фоні сучасного з урахуванням минулого знайти елементи зароджуваного майбутнього і, досліджуючи загальні тенденції, скласти найбільш імовірну картину розвитку цього явища на перспективу.

Прогноз ринку готельних послуг - це об'єктивне, науково-обгрунтоване, ймовірне за своєю природою судження про динаміку найважливіших характеристик цього ринку та їх альтернативних варіантів із

метою вироблення певних підприємницьких рекомендацій для ефектної діяльності підприємств готельної сфери на ринку.

При цьому треба врахувати, що прогноз ринку готельних послуг повинен відповідати вимогам:

8. Надійність, наукова обґрунтованість, системність із урахуванням чинників, які можуть впливати в перспективі. Системність у прогнозуванні ринкової кон'юнктури - це вимога взаємопов'язаності об'єкта й елементів прогнозування. Тобто системність - це максимально можливе врахування взаємозв'язку кон'юктуроформувальних чинників.

9. Відтворюваність і доказовість, тобто отримання того ж результату при повторній розробці прогнозу, в тому числі на основі інших методів.

10. Варіантність – означає вимогу розробки варіантів прогнозів. Інакше кажучи, прогноз повинен мати альтернативний характер із чітким формулюванням всіх гіпотез і передумов, покладених у його основу.

11. Верифікація - це вимога і потреба у достовірності, точності й обґрунтованості прогнозу. Тобто верифікація прогнозу - це наявність надійної методики оцінки достовірності і точності прогнозу, виключаючи суб'єктивність, з метою здійснення його корегування.

12. Коректна і чітка мова формулювань, зрозуміла для осіб, що безпосередньо приймають рішення, яка не дає приводу для суперечливих тлумачень.

13. Плановий характер прогнозу. Прогноз повинен бути своєчасним і служити цілям прийняття підприємницьких рішень у готельно-ресторанній справі.

14. Ефективність прогнозування визначає необхідність перевищення економічного ефекту від використання прогнозу над витратами з його розробки.

Важливим моментом прогнозування є перевірка надійності і точності прогнозу. Найчастіше для цього використовують такий показник, як коефіцієнт якості прогнозу. Якість прогнозу показує наскільки прогноз є вірогідним та точним.

Таким чином, можна зазначити, що прогноз є необхідним елементом будь-яких ринкових досліджень у готельній сфері та їхнім логічним завершенням.